Este documento constitui um instrumento de documentação e não vincula as instituições

►**B**

REGULAMENTO (CE) N.º 94/2002 DA COMISSÃO

de 18 de Janeiro de 2002

que estabelece regras de execução do Regulamento (CE) n.º 2826/2000 do Conselho relativo a acções de informação e promoção a favor dos produtos agrícolas no mercado interno

(JO L 17 de 19.1.2002, p. 20)

Alterado por:

		Jornal Oficial		
		n.º	página	data
►**M1**	Regulamento (CE) n.º 305/2002 da Comissão de 18 de Fevereiro de 2002	L 47	12	19.2.2002
►**M2**	Regulamento (CE) n.º 434/2002 da Comissão de 8 de Março de 2002	L 67	6	9.3.2002

▼B

REGULAMENTO (CE) N.º 94/2002 DA COMISSÃO

de 18 de Janeiro de 2002

que estabelece regras de execução do Regulamento (CE) n.º 2826/2000 do Conselho relativo a acções de informação e promoção a favor dos produtos agrícolas no mercado interno

A COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS,

Tendo em conta o Tratado que institui a Comunidade Europeia,

Tendo em conta o Regulamento (CE) n.º 2826/2000 do Conselho, de 19 Dezembro 2000, relativo a acções de informação e promoção a favor dos produtos agrícolas no mercado interno [1], e, nomeadamente, os seus artigos 12.º e 16.º,

Considerando o seguinte:

(1) É necessário estabelecer as regras de execução das acções de informação e promoção a favor dos produtos agrícolas e, subsidiariamente, dos produtos alimentares no mercado interno.

(2) Num intuito de boa gestão, é conveniente prever a periodicidade com que deve ser estabelecida a lista dos temas e produtos que são objecto das acções supracitadas.

(3) A fim de evitar qualquer risco de distorções da concorrência, há que estabelecer as directrizes a seguir em matéria de referência à origem especial dos produtos objecto das campanhas de promoção e informação.

(4) É necessário definir o procedimento de apresentação dos programas e de selecção do organismo executor, de modo a garantir a mais ampla competição e a livre circulação dos serviços.

(5) Devem estabelecer-se os critérios de selecção dos programas pelos Estados-Membros e de exame pela Comissão, de modo a garantir o cumprimento das regras comunitárias e a eficácia das acções a realizar, atendendo em especial ao disposto na Directiva 92/50/CEE do Conselho, de 18 de Junho de 1992, relativa à coordenação dos processos de adjudicação de contratos públicos de serviços [2], com a última redacção que lhe foi dada pela Directiva 2001/78/CE da Comissão [3].

(6) No âmbito de uma colaboração com os Estados-Membros, após exame dos programas, a Comissão deve informar o comité de gestão dos programas aceites e dos orçamentos correspondentes.

(7) A fim de enquadrar os programas a realizar, devem ser estabelecidas as directrizes gerais relativas às campanhas em questão. As campanhas devem ter um carácter informativo em conformidade com o artigo 3.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000. Numa primeira fase, essas directrizes serão estabelecidas para um certo número de sectores significativos, sem prejuízo da inclusão de outros sectores ou temas a definir posteriormente. Serão estabelecidas directrizes para o sector das plantas vivas e dos produtos da floricultura.

(8) Num intuito de eficácia das acções comunitárias, devem ser definidos os critérios preferenciais na selecção dos programas, de modo a optimizar o seu impacto.

(9) Em caso de programas que digam respeito a diversos Estados-Membros, devem prever-se as medidas que garantam a concertação entre eles para a apresentação e exame dos programas.

---

[1] JO L 328 de 21.12.2000, p. 2.
[2] JO L 209 de 24.7.1992, p. 1.
[3] JO L 285 de 29.10.2001, p. 1.

▼B

(10) Devem prever-se as consequências, que podem incluir, se for caso disso, a redução do financiamento comunitário, no caso de uma organização ser excluída por ausência de co-financiamento de um Estado-Membro e não ser aplicável o disposto no n.º 3 do artigo 9.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000.

(11) Devem definir-se os controlos a realizar pelos Estados-Membros quanto aos programas por eles geridos directamente.

(12) Num intuito de boa gestão financeira, devem ser precisadas as modalidades da participação financeira comunitária. É, nomeadamente, conveniente precisar que, no caso de programas plurianuais, a contribuição financeira total da Comunidade não pode exceder 50 % do custo total.

(13) As diversas modalidades de execução dos compromissos devem ser objecto de contratos celebrados entre os interessados e os organismos nacionais competentes, num prazo razoável, com base em contratos-tipo disponibilizados pela Comissão.

(14) A fim de garantir a execução do contrato, é conveniente que o contratante constitua uma garantia a favor do organismo competente, correspondente a 15 % da contribuição comunitária. Com o mesmo objectivo, deve ser constituída uma garantia no caso de ser pedido um adiantamento.

(15) Deve ser definida a exigência principal, na acepção do artigo 20.º do Regulamento (CEE) n.º 2220/85 da Comissão [1], com a última redacção que lhe foi dada pelo Regulamento (CE) n.º 1932/1999 [2].

(16) Por imperativos de gestão orçamental, é indispensável prever uma sanção em caso de não apresentação ou de incumprimento do prazo de apresentação dos pedidos de pagamentos intermédios ou de atraso nos pagamentos por parte dos Estados-Membros.

(17) Num intuito de boa gestão financeira, e para evitar o risco de que os pagamentos previstos esgotem a participação financeira da Comunidade de modo a que deixe de haver saldo a pagar, é conveniente prever que o adiantamento e os diferentes pagamentos intermédios não possam exceder 80 % da contribuição comunitária. Pelas mesmas razões, o organismo competente deve receber o pedido do saldo num prazo determinado.

(18) Afigura-se necessário que os Estados-Membros exerçam um controlo da execução das acções e que a Comissão seja mantida informada dos resultados das medidas previstas no presente regulamento. Num intuito de boa gestão financeira, é conveniente prever uma colaboração entre os Estados-Membros, sempre que as acções sejam realizadas num Estado-Membro diferente daquele em que está estabelecido o organismo competente contratante.

(19) Pela adopção do Regulamento (CE) n.º 2826/2000, as medidas de informação e promoção a favor dos produtos agrícolas no mercado interno foram harmonizadas e reagrupadas num único texto. É, pois, necessário harmonizar e simplificar igualmente as regras de execução da regulamentação sectorial em vigor. Devem, por isso, revogar-se as disposições e regulamentos de execução sectoriais em vigor relativamente à promoção dos produtos agrícolas.

(20) As medidas previstas no presente regulamento estão em conformidade com o parecer da reunião conjunta dos Comités de Gestão — Promoção dos Produtos Agrícolas,

---

[1] JO L 205 de 3.8.1985, p. 5.
[2] JO L 240 de 10.9.1999, p. 11.

▼B

ADOPTOU O PRESENTE REGULAMENTO:

Artigo 1.º

Entende-se por «programa», na acepção do n.º 1 do artigo 6.º e do n.º 1 do artigo 7.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000, um conjunto de acções coerentes, de dimensão suficiente para contribuir para um incremento da informação sobre os produtos em questão, bem como do escoamento destes.

Artigo 2.º

1. No respeito dos critérios referidos no artigo 3.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000, a mensagem de promoção e/ou informação transmitida aos consumidores e a outras entidades visadas deve basear-se igualmente nas qualidades intrínsecas do produto em causa e/ou nas suas características.

2. Qualquer referência à origem dos produtos deve ser secundária relativamente à mensagem principal transmitida pela campanha. No entanto, a indicação da origem de um produto pode aparecer no âmbito de uma acção, quando se trate de uma designação efectuada nos termos da regulamentação comunitária ou de um elemento relacionado com os produtos-testemunho necessários para ilustrar as acções de promoção ou de informação.

Artigo 3.º

A lista dos temas e dos produtos referida no artigo 4.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000 será estabelecida bienalmente, o mais tardar em 31 de Março. A primeira lista figura no anexo I do presente regulamento.

As autoridades nacionais competentes para a aplicação do presente regulamento constam do anexo II.

Artigo 4.º

Os programas referidos no artigo 1.º realizar-se-ão durante um período de, no mínimo, um ano e, no máximo, três anos, a contar da data de produção de efeitos do respectivo contrato.

Artigo 5.º

1. ►**M2** Para a realização das acções integradas nos programas referidos no artigo 6.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000, o Estado-Membro interessado receberá, na sequência de um convite à apresentação de propostas antes de 15 de Junho, e pela primeira vez antes de 31 de Março, programas das organizações profissionais ou interprofissionais da Comunidade, representativas do ou dos sectores em causa. ◄ Esses programas respeitarão as directrizes referidas no artigo 5.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000 e o caderno de encargos, que conterá critérios de exclusão, selecção e atribuição, divulgados para o efeito pelos Estados-Membros em questão.

As directrizes serão estabelecidas pela primeira vez no anexo III do presente regulamento.

2. Para os contratos que lhes dizem respeito, os Estados-Membros tomarão as medidas necessárias para que as entidades adjudicantes façam respeitar as disposições da Directiva 92/50/CEE do Conselho.

3. No caso de ser projectado um programa de informação e/ou promoção que diga respeito a vários Estados-Membros, estes concertar-se-ão com vista ao estabelecimento de cadernos de encargos e de convites à apresentação de propostas compatíveis.

4. Em resposta aos convites à apresentação de propostas, as organizações referidas no n.º 1 estabelecerão, em colaboração com o ou os organismos executores que tenham seleccionado após um apelo à concorrência segundo meios adequados e verificados pelo Estado-Membro, programas de promoção e informação.

▼B

5. No caso de se tratar de programas que digam respeito a vários Estados-Membros, estes concertar-se-ão para seleccionar os programas e comprometer-se-ão a participar no seu financiamento, em conformidade com o n.º 2 do artigo 9.º

Artigo 6.º

No caso de, na ausência de co-financiamento por parte de um Estado-Membro, não ser aplicado o n.º 3 do artigo 9.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000, a organização profissional ou interprofissional originária desse Estado-Membro será excluída do programa.

Artigo 7.º

1. Anualmente, o mais tardar em 31 de Agosto, e pela primeira vez em 15 de Maio, os Estados-Membros comunicarão à Comissão a lista provisória dos programas e dos organismos executores que tiverem seleccionado, bem como uma cópia dos mesmos programas. No caso de programas que digam respeito a vários Estados-Membros, essa comunicação será efectuada, de comum acordo, pelos Estados-Membros em questão.

2. Quando verifique que um programa apresentado não é conforme à regulamentação comunitária ou às directrizes constantes do anexo III, a Comissão informará, num prazo de 60 dias seguintes à recepção da lista provisória, o ou os Estados-Membros em causa da inelegibilidade total ou parcial do programa em causa.

3. Após verificação dos programas, a Comissão, o mais tardar em 15 de Novembro, e pela primeira vez em 31 de Julho, informará os comités de gestão conjuntos previstos no artigo 13.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000 dos programas escolhidos e dos orçamentos correspondentes.

4. A organização profissional ou interprofissional proponente é responsável pela execução do programa seleccionado.

Artigo 8.º

Em caso de aplicação do artigo 7.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000, a lista provisória desses programas será comunicada à Comissão o mais tardar em 30 de Setembro, e pela primeira vez em 15 de Junho. A informação dos comités de gestão conjuntos será efectuada o mais tardar em 15 de Dezembro, e pela primeira vez em 15 de Setembro.

Artigo 9.º

1. A participação financeira da Comunidade nas acções referidas no n.º 1, alínea b), do artigo 9.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000 estabelece-se do seguinte modo:

a) 50 % do custo real das acções, para programas com a duração de um ano;

b) 60 % do custo real das acções no primeiro ano e 40 % no segundo ano, para programas com uma duração de dois anos, sem que, todavia, a participação financeira total da Comunidade ultrapasse 50 % do custo total;

c) 60 % do custo real das acções no primeiro ano, 50 % no segundo ano e 40 % no terceiro ano, para programas com a duração de três anos, sem que, todavia, a participação financeira total da Comunidade ultrapasse 50 % do custo total.

Esta participação financeira será paga aos Estados-Membros referidos no n.º 2 do artigo 10.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000.

2. A participação financeira dos Estados-Membros nas acções referidas no n.º 2 do artigo 9.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000 será igual a 20 % do seu custo real. No caso de vários Estados-Membros participarem no financiamento, a sua quota-parte será estabelecida proporcionalmente à participação financeira da organização proponente estabelecida no seu território.

▼B

Artigo 10.º

1. Desde o estabelecimento da lista definitiva, referida no n.º 3, terceiro parágrafo, do artigo 6.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000, dos programas seleccionados pelos Estados-Membros, cada organização interessada será informada pelo Estado-Membro do seguimento dado ao seu pedido. Os Estados-Membros celebrarão contratos com as organizações seleccionadas no prazo de trinta dias. Após o termo desse prazo, nenhum contrato pode ser celebrado sem autorização prévia da Comissão.

2. Os Estados-Membros utilizarão contratos-tipo que a Comissão coloca à sua disposição.

3. O contrato só pode ser celebrado pelas duas partes após constituição de uma garantia correspondente a 15 % do montante máximo anual do financiamento pela Comunidade e pelo ou pelos Estados-Membros em causa, destinada a garantir a execução do contrato. A garantia será constituída nas condições do título III do Regulamento (CEE) n.º 2220/85.

Contudo, se o contratante for um organismo de direito público ou agir sob tutela de um organismo de direito público, o organismo competente pode aceitar uma garantia escrita da autoridade de tutela, equivalente à percentagem referida no primeiro parágrafo, desde que a mesma autoridade assuma:

— o compromisso de velar pela correcta execução das obrigações subscritas, e

— a verificação de que os montantes recebidos são efectivamente utilizados na execução das obrigações subscritas.

A prova da constituição da garantia deve estar na posse do Estado-Membro antes do termo do prazo referido no n.º 1.

A liberação da garantia efectuar-se-á nos prazos e condições referidos no artigo 12.º do presente regulamento para o pagamento do saldo.

4. A exigência principal, na acepção do artigo 20.º do Regulamento (CEE) n.º 2220/85 da Comissão, é a execução das medidas estipuladas no contrato.

5. O Estado-Membro transmitirá imediatamente uma cópia do contrato e a prova da garantia à Comissão. Comunicar-lhe-á também a cópia do contrato celebrado pela organização seleccionada com o organismo executor.

Este último contrato deve prever a obrigação de o organismo executor se submeter aos controlos referidos no artigo 13.º

Artigo 11.º

1. No prazo de 30 dias a contar da assinatura do contrato, o contratante pode apresentar ao Estado-Membro um pedido de adiantamento, acompanhado da garantia referida no n.º 3. Após o termo desse prazo não podem ser pedidos adiantamentos.

O adiantamento pode cobrir, no máximo, 30 % do montante da contribuição comunitária anual, bem como da contribuição do ou dos Estados-Membros em causa.

2. O pagamento do adiantamento pelo Estado-Membro deve ocorrer nos 30 dias seguintes à apresentação do pedido de adiantamento. Em caso de atraso, são aplicáveis as regras previstas no artigo 4.º do Regulamento (CEE) n.º 296/96 [1].

3. O pagamento do adiantamento fica subordinado à constituição pelo contratante, a favor do Estado-Membro, de uma garantia de montante igual a 110 % do adiantamento, constituída nas condições do título III do Regulamento (CEE) n.º 2220/85.

---

[1] JO L 39 de 17.2.1996, p. 5.

▼B

Contudo, se o contratante for um organismo de direito público ou agir sob tutela de um organismo de direito público, o organismo competente pode aceitar uma garantia escrita da autoridade de tutela, equivalente à percentagem referida no parágrafo anterior, desde que a mesma autoridade se comprometa a pagar o montante coberto pela garantia no caso de não ter sido comprovado o direito ao adiantamento.

Artigo 12.º

1. Os pedidos de pagamentos intermédios da contribuição comunitária e da dos Estados-Membros serão apresentados antes do fim do mês seguinte ao do termo de cada período de três meses, contado a partir da data da assinatura do contrato. Os pedidos dirão respeito às despesas realizadas durante o período trimestral em questão e serão acompanhados de um mapa recapitulativo financeiro e dos respectivos documentos comprovativos, bem como de um relatório intercalar de execução do contrato. No caso de não ter sido efectuada qualquer despesa durante o período trimestral em questão, essa informação será transmitida nos prazos aplicáveis aos pedidos de pagamentos intermédios.

Salvo caso de força maior, cada apresentação tardia de pedido de pagamento intermédio, acompanhado da documentação, implica uma redução do pagamento de 3 % por cada mês completo de atraso.

Estes pagamentos e o pagamento do adiantamento referido no n.º 1 do artigo 11.º não podem exceder globalmente 80 % da totalidade da contribuição financeira anual comunitária e dos Estados-Membros em causa. Logo que esse nível seja atingido, nenhum outro pedido de pagamento intermédio pode ser apresentado.

2. O pedido de pagamento do saldo será apresentado no prazo de quatro meses a contar da data de conclusão das acções anuais previstas no contrato.

Para que possa considerar-se apresentado, o pedido deve ser acompanhado:

a) De um mapa recapitulativo financeiro, que destaque as despesas planificadas e realizadas, e de todos os documentos comprovativos dessas despesas;

b) De um mapa recapitulativo das realizações (relatório de actividades);

c) De um relatório de avaliação interna, elaborado pelo contratante, dos resultados obtidos, verificáveis na data do relatório, assim como da exploração que deles pode ser feita.

Salvo caso de força maior, a apresentação tardia do pedido do saldo implica uma redução do pagamento de 3 % por cada mês de atraso.

3. O pagamento do saldo fica subordinado à verificação dos documentos referidos no n.º 2.

O saldo será reduzido em função do grau de incumprimento da exigência principal referida no n.º 4 do artigo 10.º

4. A garantia referida no n.º 3 do artigo 11.º será liberada na medida em que tiver sido reconhecido o direito definitivo ao montante adiantado.

5. O Estado-Membro efectuará os pagamentos previstos nos números anteriores no prazo de 60 dias a contar da recepção do pedido. Todavia, esse prazo pode ser suspenso, em qualquer momento do período de 60 dias subsequente ao primeiro registo do pedido de pagamento, mediante comunicação ao contratante credor de que o seu pedido não é admissível, seja porque o crédito do seu pedido não é admissível, seja porque o crédito não é exigível, seja por não vir acompanhado dos documentos comprovativos necessários para todos os pedidos complementares, seja por o Estado-Membro considerar necessário obter informações complementares ou proceder a verificações. O prazo recomeçará a correr a partir da data de recepção das informações pedidas, que devem ser transmitidas no prazo de 30 dias.

▼B

Salvo caso de força maior, o atraso nos pagamentos acima referidos implica uma redução do reembolso ao Estado-Membro, em conformidade com as regras estabelecidas no artigo 4.º do Regulamento (CEE) n.º 296/96.

6. A garantia referida no n.º 3 do artigo 10.º deve ser válida até ao pagamento do saldo e será liberada por carta de quitação do organismo competente.

7. O Estado-Membro transmitirá à Comissão, no prazo de 30 dias a contar da sua recepção:

— os relatórios trimestrais de execução do contrato,

— os mapas recapitulativos referidos no n.º 2, alíneas a) e b), do artigo 12.º,

— o relatório de avaliação interna.

8. Após pagamento do saldo, o Estado-Membro enviará à Comissão um balanço financeiro das despesas realizadas no âmbito do contrato.

Deve, além disso, certificar que, de acordo com os controlos efectuados, todas as despesas devem ser consideradas elegíveis nos termos do contrato.

9. As garantias executadas e as sanções aplicadas serão deduzidas das despesas declaradas ao FEOGA-Garantia, relativamente à parte correspondente ao co-financiamento comunitário.

Artigo 13.º

1. O Estado-Membro tomará as medidas necessárias para verificar, nomeadamente através de controlos técnicos, administrativos e contabilísticos, junto do contratante e do organismo executor:

a) A exactidão das informações e dos documentos comprovativos apresentados;

b) O cumprimento de todas as obrigações do contrato.

Sem prejuízo do disposto no Regulamento (CEE) n.º 595/91 do Conselho [1], o Estado-Membro informará, o mais rapidamente possível, a Comissão de quaisquer irregularidades constatadas nos controlos efectuados.

2. Em relação ao controlo das acções referidas pelo presente regulamento, o Estado-Membro em causa determinará os meios mais adequados para o assegurar e disso informará a Comissão.

3. No caso de programas que abranjam vários Estados-Membros, estes tomarão as medidas necessárias para coordenar a sua actividade de controlo e disso informarão a Comissão.

4. A Comissão pode, em qualquer momento, participar nas verificações e controlos a que se referem os n.ºs 2 e 3. Para esse efeito, os organismos competentes dos Estados-Membros informarão atempadamente a Comissão das verificações e controlos previstos.

A Comissão pode, igualmente, proceder a controlos suplementares que considere necessários.

Artigo 14.º

1. Em caso de pagamento indevido, o beneficiário será obrigado a reembolsar os montantes em causa, acrescidos de juros calculados em função do período decorrido entre o pagamento e o reembolso pelo beneficiário.

A taxa de juro será a aplicada pelo Instituto Monetário Europeu às suas operações em euros, publicada no *Jornal Oficial das Comunidades Europeias*, série C, em vigor na data do pagamento indevido, acrescida de três pontos percentuais.

[1] JO L 67 de 14.3.1991, p. 11.

▼B

2. Os montantes recuperados, assim como os juros, serão pagos aos organismos ou serviços pagadores e por estes deduzidos das despesas financiadas pelo Fundo Europeu de Orientação e Garantia Agrícola, proporcionalmente à participação financeira comunitária.

Artigo 15.º

As disposições dos artigos 10.º a 14.º aplicam-se também aos programas apresentados em conformidade com o artigo 7.º do Regulamento (CE) n.º 2826/2000.

Para esses programas, os contratos serão celebrados entre os Estados-Membros em causa e as organizações de execução seleccionadas.

Artigo 16.º

1. São suprimidas as seguintes disposições:

a) Artigos 13.º a 17.º do Regulamento (CEE) n.º 2159/89 da Comissão, de 18 de Julho de 1989, que estabelece as regras de execução das medidas específicas para as frutas de casca rija e as alfarrobas previstas no título IIA do Regulamento (CEE) n.º 1035/72 do Conselho ([1]);

b) Artigo 6.º do Regulamento (CE) n.º 1905/94 da Comissão, de 27 de Julho de 1994, que estabelece normas de execução do Regulamento (CE) n.º 399/94 do Conselho, relativo a acções específicas a favor das uvas secas ([2]).

2. São revogados os seguintes regulamentos:

a) Regulamento (CEE) n.º 1348/81 da Comissão, de 20 de Maio de 1981, relativo às regras de aplicação do Regulamento (CEE) n.º 1970/80 do Conselho que estabelece as regras gerais de aplicação para as acções destinadas à promoção do consumo de azeite na Comunidade ([3]);

b) Regulamento (CEE) n.º 1164/89 da Comissão, de 28 de Abril de 1989, relativo às normas de execução no que respeita à ajuda para o linho e o cânhamo ([4]);

c) Regulamento (CEE) n.º 2282/90 da Comissão, de 31 de Julho de 1990, que estabelece as regras de execução das medidas destinadas a aumentar o consumo e a utilização de maçãs, bem como o consumo de citrinos ([5]);

d) Regulamento (CEE) n.º 3601/92 da Comissão, de 14 de Dezembro de 1992, que estabelece as regras de execução das medidas específicas do sector das azeitonas de mesa ([6]);

e) Regulamento (CEE) n.º 1318/93 da Comissão, de 28 de Maio de 1993, que estatui as normas de execução do Regulamento (CEE) n.º 2067/92 do Conselho, relativo a acções de promoção e comercialização da carne de bovino de qualidade ([7]);

f) Regulamento (CE) n.º 890/1999 da Comissão, de 29 de Abril de 1999, relativo à organização das acções de informação sobre o regime comunitário sobre a rotulagem da carne de bovino ([8]);

g) Regulamento (CE) n.º 3582/93 da Comissão, de 21 de Dezembro de 1993, que estabelece normas de execução do Regulamento (CEE) n.º 2073/92 do Conselho relativo à promoção do consumo na Comunidade e ao alargamento do mercado do leite e dos produtos lácteos ([9]);

([1]) JO L 207 de 19.7.1989, p. 19.
([2]) JO L 194 de 29.7.1994, p. 21.
([3]) JO L 134 de 21.5.1981, p. 17.
([4]) JO L 121 de 29.4.1989, p. 4.
([5]) JO L 205 de 3.8.1990, p. 8.
([6]) JO L 366 de 15.12.1992, p. 17.
([7]) JO L 132 de 29.5.1993, p. 83.
([8]) JO L 113 de 30.4.1999, p. 5.
([9]) JO L 326 de 28.12.1993, p. 23.

▼B

h) Regulamento (CE) n.º 803/98 da Comissão, de 16 de Abril de 1998, que estabelece, para o ano de 1998, as normas de execução do Regulamento (CE) n.º 2275/96 do Conselho que estabelece medidas específicas no sector das plantas vivas e dos produtos de floricultura [1].

3. As disposições dos regulamentos referidos no número anterior permanecem aplicáveis aos programas de promoção e informação decididos antes da entrada em vigor do presente regulamento.

Artigo 17.º

O presente regulamento entra em vigor no sétimo dia seguinte ao da sua publicação no *Jornal Oficial das Comunidades Europeias*.

O presente regulamento é obrigatório em todos os seus elementos e directamente aplicável em todos os Estados-Membros.

[1] JO L 115 de 17.4.1998, p. 5.

▼B

ANEXO I

a) **Lista dos temas para os quais podem ser realizadas acções de informação e/ou promoção**

— Informação sobre as denominações de origem protegidas (DOP), as indicações geográficas protegidas (IGP), as especialidades tradicionais garantidas (ETG) e os símbolos gráficos previstos na regulamentação agrícola.

— Informação sobre os métodos de produção biológicos.

— Informação sobre os sistemas de produção agrícola que asseguram a rastreabilidade dos produtos e da sua rotulagem.

— Informação sobre a qualidade e a segurança dos alimentos e os aspectos nutritivos e sanitários dos produtos.

b) **Lista dos produtos que podem ser objecto das acções**

— Produtos lácteos.

— Vqprd, vinhos de mesa com indicação geográfica.

— Frutas e produtos hortícolas frescos.

— Frutas e produtos hortícolas transformados.

— Plantas vivas e produtos da floricultura.

▼M1

ANEXO II

LISTA DOS ORGANISMOS COMPETENTES NOS ESTADOS-MEMBROS

[Para a gestão dos Regulamentos (CE) n.os 2702/1999 e 2826/2000]

Estado-Membro	Nome e endereço	
Alemanha	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) Referat 411 D-60631 Frankfurt/Main	Tel.: (49-69) 15 64-756/757/862 Fax: (49-69) 15 64-791 E-mail poststelle@ble.de Internet www.ble.de
Áustria	Agrarmarkt Austria GB II/Abt. 4/Ref. 1 Dresdner Straße 70 A-1201 Wien	Tel.: 43.1-33151-241 Fax: 43.1.33151-299 E-mail Eva.Leutner@ama.bmlf.gv.at
	Wein: Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft Stubering 12 A-1010 Wien	Tel.: 43.1-71100-0 Fax: 43.1-71100-2901 E-mail
Bélgica	Vlaamse Gemeenschap: Administratie Land- en Tuinbouw (ALT) (de heer J. Van Liefferinge) Directeur-generaal Leuvenseplein 4 B-1000 Brussel	Tel.: (32-2) 553 63 40 Fax: (32-2) 553 63 50 E-mail jules.vanliefferinge@ewbl.vlaanderen.be
	Région wallonne: Agence Wallonne à l'Exportation (AWEX) (M. Ph. Suinen) Directeur général Place Sainctelette 2 B-1080 Bruxelles	Tel.: (32-2) 421 82 11 Fax: (32-2) 421 87 87 E-mail mail@awex.wallonie.be
Dinamarca	Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri Direktoratet for FødevareErhverv, Kampmannsgade 3 DK-1780 København V	Tel.: 45 33 95 80 00 Fax: 45 33 95 80 80 E-mail dffe@dffe.dk
	Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri Direktoratet for FødevareErhverv, Interventionskontoret (Carsten Andersen) Kampmannsgade 3 DK-1780 København V	Tel.: 45 33 95 80 02 Fax: 45 33 95 80 34 E-mail caea@dffe.dk

▼M1

Estado-Membro	Nome e endereço	
Espanha	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) Subsecretaría — Dirección General de Alimentación (S.G. Promoción Agroalimentaria) Paseo Infanta Isabel 1 E-28014 Madrid	Tel.: (34) 913 47 53 91 Fax: (34) 913 47 51 68 E-mail ssgpromo@mapya.es
Finlândia	Maa- ja metsätalousministeriö Interventioyksikkö PL 30 FIN-00023 Valtioneuvosto	Tel.: 35 89 160 97 53 Fax: 35 89 160 97 90 E-mail intervention.unit@mmm.fi
França	Office national interprofessionnel des viandes de l'élevage et de l'aviculture (OFIVAL) (M. Gueudar Delahaye) 80, avenue des terroirs de France, F-75607 Paris Cedex 12	Tel.: 33 1 44 68 50 00 Fax: 33 1 44 68 50 06 E-mail
	Office national interprofessionnel du lait et des produits laitiers (ONILAIT) (M^me^ Boulengier) 2, rue Saint-Charles F-75740 Paris Cedex 15	Tel.: 33 1 73 00 50 00 Fax: 33 1 73 00 50 50 E-mail
	Office national interprofessionnel des fruits, des légumes et de l'horticulture (ONIFLHOR) (M. Laneret) 164, rue de Javel F-75739 Paris Cedex 15	Tel.: 33 1 44 25 36 36 Fax: 33 1 44 25 31 69 E-mail
	Office national interprofessionnel des vins (ONIVINS) (M. Dairien) 232, rue de Rivoli F-75001 Paris	Tel.: 33 1 42 86 32 00 Fax: 33 1 40 15 06 96 E-mail
	Office national interprofessionnel des produits de la mer et de l'aquaculture (OFIMER) (M. Merckelbagh) 11, rue de Sébastopol F-75001 Paris	Tel.: 33 1 53 00 96 96 Fax: 33 1 53 00 96 99 E-mail ofimer@ofimer.fr
	Office national interprofessionnel des céréales (ONIC) Office national interprofessionnel des oléagineux, protéagineux et cultures textiles (ONIOL) (M. Drege) 21, avenue Bosquet F-75015 Paris	Tel.: 33 1 44 18 20 00 Fax: 33 1 45 51 90 99 E-mail
	Institut national des appellations d'origines (INAO) (M. Benard) 138, Champs-Élysées F-75008 Paris	Tel.: 33 1 53 89 80 00 Fax: 33 1 42 25 57 97 E-mail jd.benard@inao.gouv.fr

▼M1

Estado-Membro	Nome e endereço	
	Fonds d'intervention et de régulation du marché du sucre (FIRS) (M^me^ Ulmann) 120, bd de Courcelles F-75017 Paris	Tel.: 33 1 56 79 46 00 Fax: 33 1 56 79 46 50 E-mail
	Office de développement de l'économie agricole des départements d'outre-mer (ODEADOM) (M. Danel) 31, quai de Grenelle, Tour Mercure 1 F-75738 Paris Cedex 15	Tel.: 33 1 53 95 41 70 Fax: 33 1 53 95 41 95 E-mail
	Office national interprofessionnel des plantes à parfum, aromatiques et médicinales (ONIPPAM) (M. De Laurens) 25, rue du Maréchal Foch F-04130 Voix	Tel.: 33 4 92 79 34 46 Fax: 33 4 92 79 33 22 E-mail
Grécia	Υπουργείο Γεωργίας Διεύθυνση Γεωργικών Εφαρμογών Οδός Πατησίων 207 και Σκαλιστήρη 19 GR-11253 Αθήνα	Tel.: 30 10 86 753 59 Fax: 30 10 86 784 51 E-mail
Irlanda	Department of Agriculture, Food and Rural Development Food division Kildare Street Dublin 2	Tel.: (353-1) 607 20 00/607 23 90 Fax: (353-1) 607 20 38 E-mail maura.nolan@agriculture.gov.ie mel.mcdonagh@agriculture.gov.ie
Itália	AGEA Dr. Alberto Migliorini Organismo Pagatore Via Palestro, 81 I-00185 Roma	Tel.: (39-06) 49 49 92 86 Fax: (39-06) 4 46 34 09 E-mail aimauo01@tin.it
Luxemburgo	Administration des services techniques de l'Agriculture 16, route d'Esch, boîte postale 1904 L-1019 Luxembourg	Tel.: 45 71 72 215 Fax: 45 71 72 341 E-mail www.asta.etat.lu asta.asta@asta.etat.lu
Países Baixos	Ministerie van LNV Directie I.Z.; desk PDA Postbus 20401 2500 EK Den Haag Nederland	Tel.: (31-70) 378 68 68 Fax: (31-70) 378 61 05 E-mail infotiek@dv.agro.nl

▼M1

Estado-Membro	Nome e endereço	
	Ministerie van LNV Agentschap LASER Regio Zuid-West — Postbus 1191 3300 BD Dordrecht Nederland	Tel.: (31-78) 639 53 95 Fax: (31-78) 639 53 94 E-mail
Portugal	INGA Rua Fernando Curado Ribeiro, n.º 4 G 1649-034 Lisboa	Tel.: 351.21.751 86 81 Fax: 351.21.751 88 13 E-mail fmandr@inga.min-agricultura.pt
Reino Unido	Department of Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA) International Relations and Export Promotion Division (Jill Russell) Room 324, Whitehall Place East block London SW1A 2HH	Tel.: (44-207) 270 19 04 Fax: (44-207) 270 84 94 E-mail jill.russell@defra.gsi.gov.uk
	Rural Payment Agency (RPA) (Rosemary Welch) PO box 69 Reading RG1 3YD	Tel.: (44-1189) 68 76 62 Fax: (44-1189) 68 77 34 E-mail rosemary.welch@rpa.gsi.gov.uk
Suécia	Jordbruksverket S-55182 Jönköping	Tel.: (46-36) 15 50 00 Fax: (46-36) 71 95 11 E-mail jordbruksverket@sjv.se

▼B

ANEXO III

DIRECTRIZES PARA A PROMOÇÃO NO MERCADO INTERNO

Informação sobre o sistema comunitário das denominações de origem protegidas (DOP), das indicações geográficas protegidas (IGP) e das especialidades tradicionais garantidas (ETG), bem como sobre os respectivos logotipos

1. ANÁLISE GLOBAL DA SITUAÇÃO

A campanha de informação realizada pela Comunidade em 1996/1998 constituiu um primeiro esforço para dar a conhecer a existência, o significado e as vantagens dos dois sistemas europeus para a valorização e a protecção dos géneros agroalimentares com carácter específico.

Atendendo à duração limitada da campanha efectuada, parece oportuno reforçar a notoriedade dessas denominações, que abrangem actualmente 562 produtos da Comunidade, através da continuação da acção de informação sobre o seu significado e as suas vantagens. A informação dirá igualmente respeito aos logotipos comunitários criados para esse efeito, nomeadamente o respeitante às DOP/IGP instituído em 1998.

2. OBJECTIVOS

— Incitar os produtores/transformadores a utilizar esses sistemas de qualidade.

— Estimular a procura dos produtos em causa através da informação dos consumidores e dos distribuidores sobre a existência, o significado e as vantagens dos sistemas e dos seus logotipos, bem como sobre as condições de atribuição das denominações e os controlos que lhes dizem respeito.

3. ALVOS PRINCIPAIS

— Produtores e transformadores.

— Distribuidores (grande distribuição, grossistas, comércio retalhista, restaurantes).

— Consumidores.

— Difusores de informação.

4. PRINCIPAIS MENSAGENS

— Especificidade do produto ligada à sua origem geográfica (DOP/IGP).

— Especificidade do produto ligada ao seu modo de produção próprio e tradicional, independente da zona de produção (ETG).

— Aspectos qualitativos (segurança, valor organoléptico e nutritivo, rastreabilidade) susceptíveis de serem realçados.

— Grande diversidade, riqueza e sabores dos produtos em questão.

— Apresentação de certos produtos registados como DOP/IGP ou ETG, exemplo de valorização bem sucedida de géneros alimentícios com carácter específico.

5. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS

— Instrumento electrónico (sítio internet).

— Relações públicas com os meios de informação (imprensa especializada, feminina, culinária).

— Contactos com as associações de consumidores.

— Informação nos locais de venda.

— Meios audiovisuais.

— Documentação escrita (folhetos, brochuras, etc.).

— Participação em feiras e salões.

— Publicidade na imprensa especializada.

6. DURAÇÃO DO PROGRAMA

De 24 a 36 meses, com apresentação, para cada etapa, de uma definição dos objectivos.

▼B

7. ORÇAMENTO INDICATIVO

Quatro milhões de euros.

▼B

Informação sobre o símbolo gráfico das regiões ultraperiféricas

1. ANÁLISE GLOBAL DA SITUAÇÃO

O estudo de avaliação externo revelou que a campanha comunitária de informação sobre o símbolo gráfico (logotipo) das regiões ultraperiféricas, realizada em 1998/1999, suscitou um verdadeiro interesse por parte dos diferentes operadores do sector.

Assim, diversos produtores e transformadores requereram a aprovação dos seus produtos de qualidade com vista à utilização desse logotipo.

Atendendo à duração limitada da primeira campanha, parece oportuno reforçar a notoriedade do logotipo junto dos diferentes alvos, prosseguindo a actividade de informação sobre o seu significado e as suas vantagens.

2. OBJECTIVOS

— Dar a conhecer a existência, o significado e as vantagens do logotipo.
— Incitar os produtores e os transformadores das regiões em questão a utilizar o logotipo.
— Melhorar o conhecimento do logotipo por parte dos distribuidores e dos consumidores.

3. ALVOS PRINCIPAIS

— Produtores e transformadores locais.
— Distribuidores e consumidores.
— Difusores de informação.

4. PRINCIPAIS MENSAGENS

— Carácter típico, carácter natural.
— Proveniência das regiões comunitárias.
— Qualidade (segurança, valor nutritivo e organoléptico, método de produção, ligação com a origem).
— Exotismo.
— Variedade da oferta, incluindo o desfasamento da época de produção.
— Rastreabilidade.

5. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS

— Instrumentos electrónicos (sítio internet, etc.).
— Linha telefónica de informação.
— Relações públicas com os meios de informação (por exemplo, jornalistas especializados, imprensa feminina, imprensa culinária).
— Demonstrações nos locais de venda, salões, feiras, etc.
— Contactos com os médicos e os nutricionistas.
— Outros instrumentos (folhetos, brochuras, receitas etc.).
— Meios audiovisuais.
— Publicidade na imprensa especializada local.

6. DURAÇÃO DOS PROGRAMAS

De 24 a 36 meses, com apresentação, para cada etapa, de uma definição dos objectivos.

7. ORÇAMENTO INDICATIVO

Três milhões de euros.

▼B

Sector da produção biológica

1. ANÁLISE GLOBAL DA SITUAÇÃO

O consumo de produtos agrícolas obtidos segundo o modo de produção biológico é especialmente elevado nas populações urbanas, mas está ainda pouco desenvolvido quando comparado com o consumo de produtos convencionais.

2. OBJECTIVOS

— Dar a conhecer, por meio da sua vulgarização, as regras comunitárias que regem o modo de produção biológico e os controlos previstos, bem como o logotipo comunitário.
— Encorajar o consumo dos produtos da agricultura biológica.
— Ampliar os conhecimentos dos consumidores em matéria de agricultura biológica e dos produtos obtidos segundo este modo de produção.

3. ALVO PRINCIPAL

— Famílias (pais e mães de família de 20 a 50 anos).
— Operadores do sector (sensibilização e estímulo do interesse pela utilização do logotipo comunitário).

4. PRINCIPAIS MENSAGENS

— Os produtos da agricultura biológica são produtos naturais, adaptados à vida diária moderna e que se consomem com prazer. Provêm de culturas conduzidas segundo métodos que respeitam o ambiente. Os produtos estão sujeitos a regras estritas cuja observância é controlada por organismos independentes ou por organismos públicos.
— O teor das mensagens deve ser racional e positivo e ter em conta a especificidade do consumo pelas diferentes entidades visadas.
— O logotipo comunitário é um sinal que representa os produtos da agricultura biológica que obedecem a critérios de produção estritos e que foram submetidos a um regime de controlo rigoroso.

  Essa informação sobre o logotipo comunitário pode ser completada por uma informação sobre os logotipos colectivos estabelecidos a nível dos Estados-Membros, desde que os seus cadernos de encargos obedeçam a condições mais rigorosas do que as estabelecidas para o logotipo comunitário.

5. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS

— Sítio internet.
— Linha de informação telefónica.
— Contactos com os meios de informação (por exemplo, jornalistas especializados, imprensa feminina).
— Contactos com os médicos e os nutricionistas.
— Contactos com os professores.
— Outros instrumentos (folhetos, brochuras, etc.).
— Meios de informação audiovisuais (cinema, cadeias de televisão especializadas).
— *Spots* na rádio.
— Publicidade na imprensa especializada (destinada ao público feminino e à terceira idade).

6. DURAÇÃO DOS PROGRAMAS

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais, que definam os objectivos para cada etapa.

7. ORÇAMENTO INDICATIVO

Seis milhões de euros.

▼B

Sector do leite e dos produtos lácteos

1. ANÁLISE GLOBAL DA SITUAÇÃO

Diminuição do consumo de leite líquido, especialmente acentuada nos países grandes consumidores, devida essencialmente à concorrência das *soft drinks* junto dos jovens. Em contrapartida, progressão global do consumo dos produtos lácteos expressos em quantidade de leite.

2. OBJECTIVOS

— Aumentar o consumo de leite líquido.
— Consolidar o consumo dos produtos lácteos.
— Encorajar o consumo pelos jovens.

3. ALVOS PRINCIPAIS

— Crianças e adolescentes, sobretudo jovens do sexo feminino de 8 a 13 anos.
— Mulheres jovens e mães de família de 20 a 40 anos.

4. PRINCIPAIS MENSAGENS

— O leite e os produtos lácteos são produtos sãos, naturais, dinâmicos, adaptados à vida diária moderna e que se consomem com prazer.
— O teor das mensagens deve ser positivo e ter em conta a especificidade do consumo nos diferentes mercados.
— É essencial assegurar a continuidade das principais mensagens durante toda a duração do programa, a fim de convencer os consumidores dos benefícios que advêm do consumo regular desses produtos.

5. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS

— Instrumentos electrónicos.
— Linha telefónica de informação.
— Contactos com os meios de informação (por exemplo, jornalistas especializados e imprensa feminina e juvenil).
— Contactos com os médicos e os nutricionistas.
— Contactos com os professores.
— Outros instrumentos (folhetos e brochuras, jogos para crianças, etc.).
— Demonstrações nos locais de venda.
— Meios de informação audiovisuais (cinema, cadeias de televisão especializadas).
— *Spots* na rádio.
— Publicidade na imprensa especializada (jovens e público feminino).

6. DURAÇÃO DOS PROGRAMAS

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais, que definam os objectivos para cada etapa.

7. ORÇAMENTO INDICATIVO

Seis milhões de euros.

▼B

Sector do vinho

1. ANÁLISE GLOBAL DA SITUAÇÃO

O sector caracteriza-se por uma produção abundante, confrontada com um consumo em estagnação, e mesmo em declínio para certas categorias, bem como com uma oferta em progressão proveniente de países terceiros.

2. OBJECTIVOS

Informar os consumidores sobre a variedade e a qualidade e sobre as condições de produção dos vinhos europeus, bem como sobre os resultados de estudos científicos.

3. ALVOS PRINCIPAIS

Consumidores entre os 20 e 40 anos

4. PRINCIPAIS MENSAGENS

— A legislação comunitária prevê disciplinas estritas em matéria de produção, de indicações de qualidade, de rotulagem e de comercialização que garantem aos consumidores a qualidade e a rastreabilidade do produto.
— Prazer da possibilidade de seleccionar dentre uma grande variedade de produtos europeus de diferentes origens.
— Efeitos, para a saúde, de um consumo moderado de vinho.

5. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS

— Acções de informação e de relações públicas.
— Acção de formação a nível da distribuição e da restauração.
— Contactos com as profissões médicas e com a imprensa especializada.
— Outros instrumentos (sítio internet, folhetos e brochuras) para orientar a escolha e criar ocasiões de consumo nas reuniões familiares.

6. DURAÇÃO DOS PROGRAMAS

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais, que definam os objectivos para cada etapa.

7. ORÇAMENTO INDICATIVO

Seis milhões de euros.

▼B

Sector das frutas e produtos hortícolas frescos

1. ANÁLISE GLOBAL DA SITUAÇÃO

O sector caracteriza-se, não obstante os esforços de comunicação até agora efectuados, por uma situação de desequilíbrio estrutural do mercado, mais acentuada no caso de certos produtos.

Constata-se sobretudo um desinteresse dos consumidores de menos de 35 anos, que se acentua no caso da camada em idade escolar. Este desinteresse constitui um obstáculo a uma alimentação equilibrada.

2. OBJECTIVOS

Restaurar a imagem «frescura» e «natureza» do produto e baixar a idade da população consumidora, encorajando sobretudo os jovens a consumir estes produtos.

3. ALVOS PRINCIPAIS

— Famílias jovens (menos de 35 anos).
— Crianças e adolescentes em idade escolar.
— Restauração colectiva e cantinas escolares.
— Médicos e nutricionistas.

4. PRINCIPAIS MENSAGENS

— Carácter natural.
— Frescura.
— Qualidade (segurança, valor nutritivo e organoléptico, métodos de produção, protecção do ambiente, ligação com a origem).
— Prazer.
— Regime equilibrado.
— Variedade da oferta dos produtos frescos e seu carácter sazonal.
— Facilidade de preparação, possibilidade de consumir os produtos frescos — desnecessário cozinhar.
— Rastreabilidade.

5. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS

— Instrumentos electrónicos (sítio internet que apresente a oferta e jogos para os jovens).
— Linha telefónica de informação.
— Contactos com os meios de informação (por exemplo, jornalistas especializados, imprensa feminina, revistas e publicações para os jovens).
— Contactos com os médicos e os nutricionistas.
— Acção pedagógica junto das crianças e adolescentes, através da mobilização dos professores e dos responsáveis das cantinas escolares.
— Outros instrumentos (folhetos e brochuras com informações sobre os produtos e receitas, jogos para crianças, etc.).
— Meios de informação audiovisuais (cinema, cadeias de televisão especializadas).
— *Spots* na rádio.
— Publicidade na imprensa especializada (jovens e público feminino).

6. DURAÇÃO DOS PROGRAMAS

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais, que definam os objectivos para cada etapa.

7. ORÇAMENTO INDICATIVO

Seis milhões de euros.

▼B

Sector das frutas e produtos hortícolas transformados

1. ANÁLISE GLOBAL DA SITUAÇÃO

Este sector caracteriza-se por uma situação de desequilíbrio estrutural do mercado, mais acentuada no caso de certos produtos, que sofrem também uma forte concorrência da importação e para os quais os esforços de comunicação até agora empregues tiveram pouca ressonância.

É de frisar, em especial, que os consumidores são receptivos aos produtos transformados dada a sua facilidade de preparação. É, pois, um mercado que pode ser alargado, o que será benéfico para a produção de base.

2. OBJECTIVOS

Modernizar a imagem e rejuvenescer a apresentação dos produtos, bem como fornecer informações necessárias sobre os mesmos, a fim de estimular o seu consumo.

3. ALVOS PRINCIPAIS

— Donas de casa.
— Restauração colectiva e cantinas escolares.
— Médicos e nutricionistas.

4. PRINCIPAIS MENSAGENS

— Qualidade (segurança, valor nutritivo e organoléptico, métodos de preparação).
— Facilidade de utilização.
— Prazer.
— Variedade da oferta dos produtos e disponibilidade durante todo o ano.
— Regime equilibrado.
— Rastreabilidade.

5. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS

— Instrumentos electrónicos (sítio internet).
— Linha telefónica de informação.
— Contactos com os meios de informação (por exemplo, jornalistas especializados, imprensa feminina).
— Demonstrações nos locais de venda.
— Contactos com os médicos e os nutricionistas.
— Outros instrumentos (folhetos e brochuras com informações sobre os produtos e receitas).
— Meios de informação audiovisuais.
— Imprensa feminina, culinária, profissional.

6. DURAÇÃO DOS PROGRAMAS

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais, que definam os objectivos para cada etapa.

7. ORÇAMENTO INDICATIVO

Três milhões de euros.

▼M1

Plantas vivas e produtos da floricultura

1. ANÁLISE GLOBAL DA SITUAÇÃO

O sector caracteriza-se por uma oferta que, cada vez mais, põe a produção comunitária em concorrência com a dos países terceiros.

Com base nos estudos de avaliação das campanhas de promoção realizadas de 1997 a 2000, afigura-se oportuno, por um lado, organizar melhor e racionalizar o conjunto do sector, do produtor ao distribuidor, e, por outro lado, assegurar uma informação mais completa ao consumidor sobre as qualidades intrínsecas dos produtos, a fim de facilitar o escoamento da produção comunitária dentro da Comunidade Europeia.

2. OBJECTIVOS

— Aumento do consumo de flores e plantas de origem comunitária.
— Racionalização do sector em cada Estado-Membro e maior divulgação dos conhecimentos dos intervenientes em todos os estádios, nomeadamente tendo em conta práticas respeitadoras do ambiente.
— Reforço da parceria entre profissionais de vários Estados-Membros, permitindo nomeadamente partilhar os conhecimentos de maior interesse para o sector e valorizar certas produções específicas.

3. ALVOS PRINCIPAIS

— Produtores.
— Viveiristas.
— Distribuidores.
— Jovens em idade escolar.
— Difusores de informação: jornalistas, professores.
— Consumidores.

4. PRINCIPAIS MENSAGENS

— Qualidade do produto europeu.
— Métodos de produção respeitadores do ambiente.
— Técnicas destinadas a assegurar uma maior durabilidade dos produtos.
— Optimização das combinações varietais das plantas e flores.

5. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS

— Feiras e exposições: «stands» que agrupem a oferta de vários Estados-Membros.
— Acções de formação dos profissionais, dos consumidores e dos jovens em idade escolar.
— Acções de divulgação dos conhecimentos que permitam que o sector disponha de uma oferta duradoura.
— Acções de divulgação ao consumidor de informações didácticas através da imprensa, e também por meio de iniciativas como a edição de catálogos e de calendários do jardineiro ou através de um programa do tipo «planta do mês»: acções a favor das plantas em vaso.
— Utilização reforçada de meios electrónicos de comunicação (internet, CD-ROM, etc.).

6. DURAÇÃO DO PROGRAMA

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas que definam, para cada etapa, uma estratégia e objectivos devidamente justificados.

7. ORÇAMENTO INDICATIVO

quatro milhões de euros.